

**VIDEO PROMOSI
SITU PARTY**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

**YOGA TRI SAPUTRA
NIM. 17027152**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

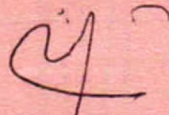
VIDEO PROMOSI SITU PARTY

Nama : Yoga Tri Saputra
NIM : 17027152
Progam Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 16 Agustus 2022

Disetujui dan Disahkan :

Dosen Pembimbing

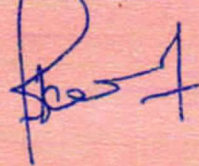


Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198610232019032006

Mengetahui:

a.n Kepala Departemen Seni Rupa

Sekretaris



Eliya Febriyeni, S.Pd, M.Sn
NIP. 198302012009122001

HALAMAN PENGESAHAN

**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang**

Judul : VIDEO PROMOSI SITU PARTY
Nama : Yoga Tri Saputra
NIM/BP : 17027152 / 2017
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 20 Juli 2022

Tim Penguji,

Nama/NIP :

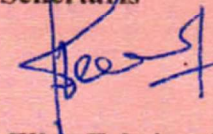
Tanda Tangan

- 1. Pembimbing : Dwi Mutia Sari, S.Ds, M.Ds**
NIP. 198610232019032006
- 2. Penguji I : Hendra Ariwan, S.Sn M.Sn**
NIP. 197704012008121002
- 3. Penguji II : Drs. Ariusmedi, M.Sn**
NIP. 196206021989031003

1.....
2.....
3.....

Mengetahui,

**a.n Kepala Departemen Seni rupa
Sekertaris**



Eliya Febriveni, S.Pd, M.Sn.

NIP. 198302012009122001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, karya akhir dengan judul "Video Promosi Situ Party" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Didalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 18 September 2023

Saya yang menyatakan,



Yoga Tri Saputra
Nim. 17027152

ABSTRAK

YOGA TRI SAPUTRA Video Promosi Situ Party

(17027152) :

Situ Party merupakan salah satu *coffeshop* yang bertema *child* yang ada di Sumatera Barat. Tempat ini merupakan tempat yang disediakan untuk semua kalangan yang ingin menikmati suasana party. Tempat ini berdiri sejak Januari 2022 dibawah naungan Eghip Kurniawan. Banyak masyarakat diluar sana yang memandang negatif terhadap Situ Party. Maka dari itu penulis berinisiatif untuk membuat video promosi Situ Party yang mana tujuan pembuatan video ini adalah memvisualisasikan Situ Party melalui video promosi untuk menarik lebih banyak lagi pelanggan dengan adanya video promosi dan dapat mengubah pandangan negative masyarakat terhadap Situ Party. Metode perancangan yang dipakai untuk merancang iklan audio visual berdasarkan data-data yang diperoleh serta wawancara langsung kepada owner adalah metode 4D. Model 4D terdiri dari 4 tahap utama yakni Define, Design, Develop, Disseminate. Hasil perancangan video promosi Situ Party sebagai media komunikasi audio visual dan didukung dengan berbagai media pendukung untuk promosi Situ Party seperti ; Gantungan kunci, sticker, X banner, dan landyard.

Kata Kunci : Video, Model 4D, Situ Party

KATA PENGANTAR

Puji Syukur diucapkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan, Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan suri tauladan kepada seluruh umat manusia menuju jalan kebenaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “**Video Promosi Situ Party.**”

Banyak hambatan yang terjadi dan menimbulkan kesulitan dalam penyelesaian tugas akhir ini, akan tetapi karena dorongan dan bantuan serta petunjuk dari berbagai pihak sehingga kegiatan penulisan tugas akhir ini dapat terwujud. Dengan demikian penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada departemen Seni Rupa Drs. Mediagus, M.Pd yang memberikan izin pelaksanaan tugas akhir.
2. Ketua Progam Studi Desain Komunikasi Visual Dini Faisal, M.Ds
3. Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds. yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan tugas akhir ini.
4. Drs. Ariusmedi M.Sn sebagai kontributor 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan tugas akhir ini.
5. Hendra Afriwan, S.Ds., M.Sn. sebagai kontributor 2 yang telah memberikan

bimbingan dan arahan dalam penulisan tugas akhir ini.

Rekan-rekan Jurusan Seni Rupa dan teman-teman seperjuangan yang telah membantu penulis dalam melaksanakan tugas selama perkuliahan. Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini sedikit banyaknya masih ada kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan untuk kesempurnaan tugas akhir yang penulis selesaikan ini. Semoga penulisan tugas akhir ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Terima Kasih.

Padang, Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Perancangan.....	4
F. Manfaat Perancangan.....	4
G. Orisinilitas.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
A. Kajian Praktis.....	5
1. Profil Perusahaan.....	5
a. <i>Situ Party</i>	5
b. <i>Visi Misi</i>	6
2. Data Visual.....	6
B. Kajian Teori.....	7
1. Video Promosi.....	7
2. Audio Visual.....	8
3. <i>Sinematografi</i>	9
4. <i>Storyboard</i>	9
5. Teknik Pengambilan Gambar.....	11
6. Teknik editing video.....	12
7. Format Video.....	13
8. <i>Layout</i>	13
9. <i>Typography</i>	14
10. Warna.....	14
C. Karya Relevan.....	15
D. Kerangka Konseptual.....	16

BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Model Pengembangan.....	17
1. Tahap Penelitian (<i>Define</i>)	17
2. Tahap Perancangan (<i>Design</i>)	19
3. Tahap Pengembangan (<i>Development</i>).....	19
4. Tahap Penyebarluasan (<i>Dissemination</i>).....	19
B. Metode Pengumpulan Data	19
C. Metode Analisis Data.....	20
D. Pendekatan Kreatif.....	22
E. Program Kreatif.....	23
F. Strategi Kreatif.....	25
G. Media Utama dan Media Pendukung.....	26
BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....	29
A. Media Utama.....	29
1. Video Promosi.....	29
a. Tahap praproduksi.....	29
b. Tahap Produksi.....	37
c. Tahap Pascaproduksi.....	37
d. Tim Produksi.....	38
B. Final Desain	38
1. Media Utama.....	38
2. Media Pendukung.....	39
C. Uji Kelayakan.....	45
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	49
KEPUSTAKAAN.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Logo Situ Party	5
2. Tampak Depan Situ Party	6
3. Bar Situ Party	6
4. Tampak samping Situ Party	7
5. Panggung Situ Party	7
6. <i>Screenshoot</i> Video profil Angels Wing	15
7. <i>Screenshoot</i> Video profil Angels Wing	15
8. <i>Screenshoot</i> final video Situ Party	15
9. Sketsa gantungan kunci 1	39
10. Sketsa gantungan kunci 2	39
11. Gantungan kunci hitam putih 1	40
12. Gantungan kunci hitam putih 2	40
13. Gantungan kunci 1	40
14. Gantungan kunci 2	40
15. Sketsa stiker 1	40
16. Sketsa stiker 2	41
17. Sketsa stiker 3	41
18. Stiker hitam putih 1	41
19. Stiker hitam putih 2	41

20. Stiker hitam putih 3	42
21. Stiker 1	42
22. Stiker 2	42
23. Sketsa x banner 1	43
24. Sketsa x banner 2	43
25. X banner hitam putih.....	43
26. X banner	44
27. Sketsa landyard 1	44
28. Sketsa landyard 2	44
29. Sketsa landyard 3	45
30. Landyard hitam putih 1	45
31. Landyard hitam putih 2	45
32. Landyard hitam putih 3	45
33. Landyard finish	45

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. warna	24
2. <i>Storyline</i>	31
3. <i>Storyboard</i>	32
4. Skala penilaian	46
D. Skor kelayakan.....	47
E. Kriteria Tingkat Kelayakan dan Revisi Produk	47

DAFTAR BAGAN

Tabel	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	16

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di kota Padang khususnya terdapat tempat party yang sering digandrungi semua kalangan, yaitu Situ Party. Situ Party merupakan salah satu *coffeshop* yang bertema *child* yang ada di Sumatera Barat. Tempat ini merupakan tempat yang disediakan untuk semua kalangan yang ingin menikmati suasana party Situ Party berdiri sejak Januari 2022 dibawah naungan Eghip Kurniawan. Beliau merupakan usahawan muda yang mendirikan beberapa *coffeshop* di Padang, Sumatera Barat. Coffeshop dengan tagline “Party *ngga* harus *tipsy*, *enjoy* *ngga* harus dosa” ini merupakan satu-satunya tempat “*party non alkohol*” yang ada di Padang.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Eghip Kurniawan sebagai pemilik Situ Party, untuk dapat merubah pandangan negatif masyarakat terhadap klub party, bahwa tidak semua tempat party berkaitan dengan alkohol, penulis berinisiatif untuk membuat video promosi Situ Party.

Fenomena ini tidaklah dianggap terlalu aneh untuk dibicarakan dan bahkan sudah menjadi bagian dari budaya baru di Indonesia. Tergesernya budaya setempat dari lingkungannya disebabkan oleh kemunculan sebuah budaya baru yang lebih atraktif, fleksibel dan mudah dipahami sebagian masyarakat, bahkan masyarakat dengan status sosial rendahpun dapat menjangkaunya dalam aktifitas kehidupannya.

Dunia malam contohnya yang menjadi pengaruh yang sangat kuat pada setiap lingkungan pergaulan. Dunia malam itu sendiri adalah aktifitas yang ada

saat malam tiba. Bagi mereka para penikmat dunia malam, malam hari adalah waktu bagi mereka untuk bersantai dan menikmati hidup dengan cara pergi ke tempat-tempat party. Misalnya dengan pergi ke klab malam, cafe, diskotik, karaoke atau pusat hiburan lainnya.

Globalisasi dan perkembangan teknologi menyebabkan industri wisata dan hiburan malam berkembang pesat di kota-kota besar. Istilah party dan dugem menjadi sangat terkenal di Indonesia seiring dengan kebutuhan semua kalangan usia jaman sekarang untuk menyeimbangkan diri dari tumpukan emosi dan rutinitas sehari-hari.

Fenomena modernisasi melahirkan kehidupan yang telah banyak merubah cara pandang dan pola hidup masyarakat, sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat yang konsumtif dan hedonis dalam lingkungan masyarakat kapitalis (Marisaduma,2007)

Video merupakan gabungan beberapa banyak frame yang diproyeksikan secara mekanis menggunakan media digital (Arsyad A 2011)

Video promosi adalah media yang sangat efektif yang digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu (Haryoko 2012)

Video *Promosi* merupakan solusi kreatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan mempromosikan sebuah perusahaan. Setiap perusahaan pasti mempunyai hal ini. Tanpa video *promosi*, mungkin pengguna tidak akan mengetahui secara detail informasi perusahaan yang dibangun, apa produk yang ditawarkan, dan sebagainya. Secara tidak langsung, komponen ini

berperan penting dalam menarik perhatian para pelanggan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul “ **Video Promosi Situ Party.**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Pandangan negatif masyarakat terhadap Situ Party.
2. Situ Party menginginkan promosi dengan membuat video promosi agar pelanggan dapat lebih mengenal Situ Party dan dapat menjangkau khalayak ramai lebih banyak lagi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, untuk dapat menarik perhatian khalayak ramai, maka di buatlah video promosi Situ Party yang dapat merubah pandangan masyarakat bahwa tidak semua tempat party berkaitan dengan alkohol.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah didapat, maka rumusan masalah ini adalah “bagaimana merancang video promosi Situ Party yang dapat merubah pandangan masyarakat bahwa tidak semua tempat party berkaitan dengan alkohol.

E. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan video ini yaitu :

1. Memvisualisasikan Situ Party melalui video promosi.
2. Menarik lebih banyak lagi pelanggan dengan adanya video promosi.

F. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Akademis

Terciptanya sebuah model video promosi Situ Party.

2. Manfaat Praktis

Memperkenalkan Situ Party kepada masyarakat, perancang berharap masyarakat menjadi lebih banyak yang tertarik untuk dapat merasakan kenyamanan menginap di Situ Party.

G. Orisinilitas

Berdasarkan penelusuran penulis ditemukan video promosi coffeshop ala meksico di yogyakarta pada akun instagramnya yang diupload pada bulan Maret tahun 2022 yang sebagai acuan untuk membuat video promosi yang menarik. Perancangan video promosi kali ini, penulis ingin membuat video promosi semenarik mungkin, dengan inovatif, komunikatif dan efektif.